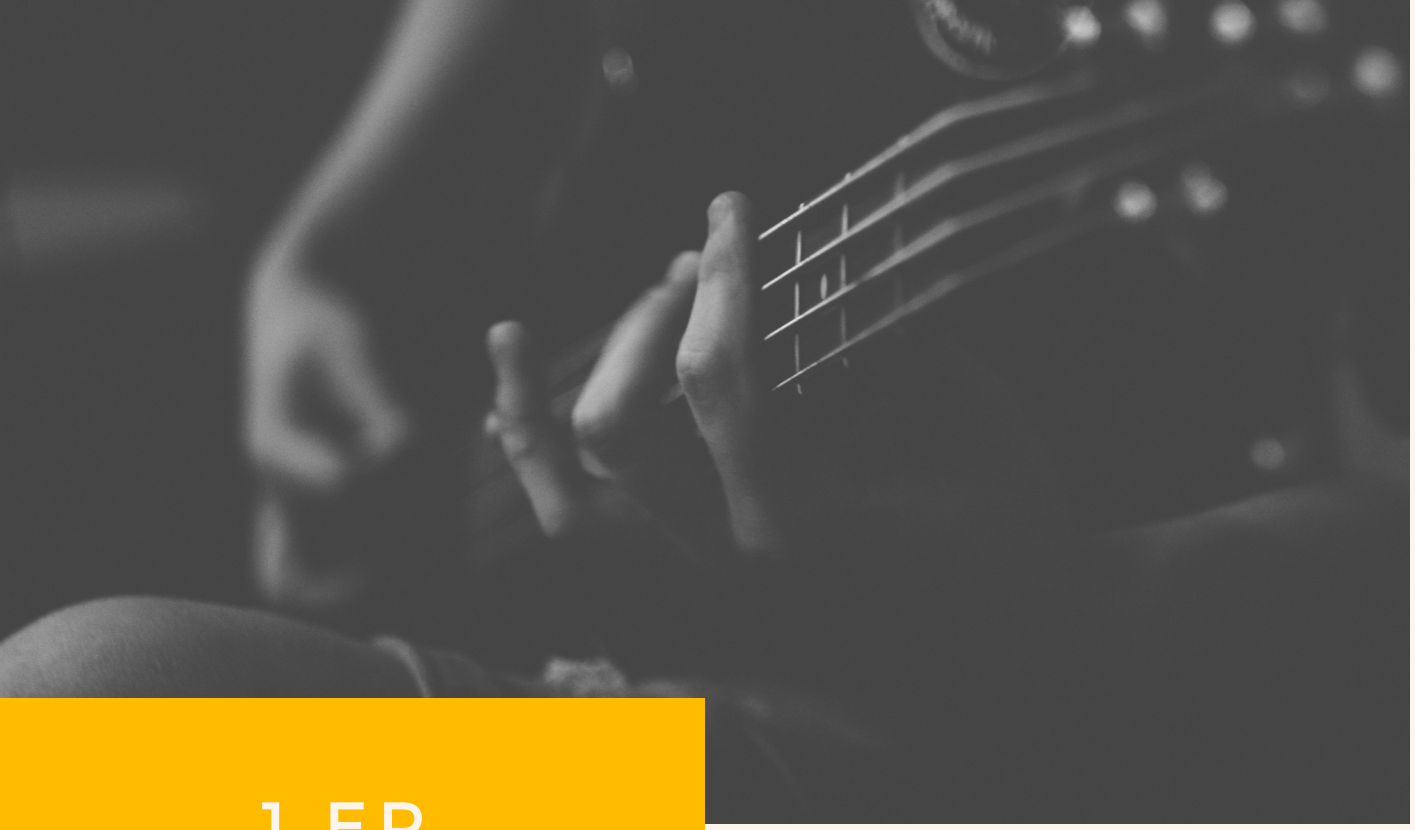


1 ER MANUAL DE PRODUCCIÓN

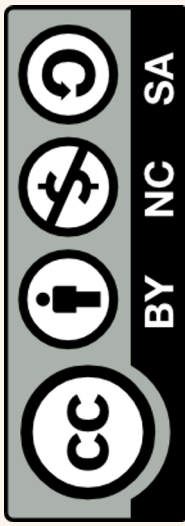
FESTIVAL BACKGROUND

CONTACTOS

+57 311 3294451
backgroundfestival@gmail.com
facebook.com/backgroundpasto
instagram.com/backgroundfest

PLATAFORMA BACK GROUND | ANTROPOMORFA FUNDACIÓN | ALCALDÍA DE PASTO Legitimidad Participación Honestidad SECRETARÍA DE CULTURA | Gobernación de Nariño Dirección Administrativa de Cultura | CULTURA CONVOCA

FESTIVAL BACKGROUND



1 ER MANUAL DE PRODUCCIÓN

PRESENTACIÓN

La plataforma de música y arte independiente Background, por medio de una estructura de trabajo colaborativo, de articulación y redes, busca fortalecer las iniciativas de los músicos urbanos, alternativos y emergentes de la región sur occidental de Colombia, en sus procesos de gestión, pre producción, producción, promoción, difusión y circulación.

A toda esta articulación se le ha denominado el ecosistema creativo: gestores/as, marcas, actores, productores, artistas plásticos y visuales, diseñadores, fotógrafos,/as ingenieros de sonido, entre otros.

En el actual contexto, donde se habla cada vez más del concepto de economías culturales y creativas, se hace pertinente sistematizar, para compartir, experiencias que evidencien procesos creativos de impacto, procesos que generen diálogos entre los actores del ecosistema y llegar a diagnosticar las necesidades reales de los artistas, apalancándose también de aliados independientes e instituciones de carácter regional, nacional e internacional.

El Festival es:

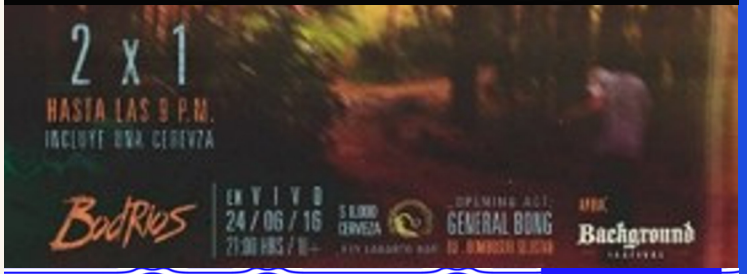
*** Jornada Cultural**
*** Feria Cultural**
*** Conciertos**

Se propone este manual, desde la experiencia local para compartir algunas lecciones aprendidas durante estos años. Este texto va dirigido a procesos emergentes, aportando posibles soluciones o posicionando cuestionamientos a nivel de investigación, creación y producción (cómo sonar, qué necesitas, qué quiero), así facilitar a las propuestas su consolidación y fortalecimiento.

Por otro lado, se realiza con la intención de liberar el conocimiento y nutrirlo a partir del ejercicio de la colaboración, por lo que se puede compartir mas experiencias al correo electrónico.

UN POCO DE HISTORIA

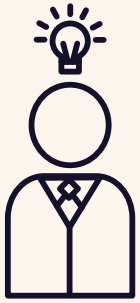
En el 2013 se gesta el colectivo SURGROUND, un grupo de 5 agrupaciones de música urbana y alternativa y en su búsqueda de potencializar sus propuestas artísticas crean las “Sesiones Background” como conciertos en venues pequeños de la ciudad. Estos conciertos acogen a agrupaciones musicales de diferentes ciudades y países y los conectan a más circuitos con el fin de lograr el acceso a nuevos públicos.



Ya en el 2014 el colectivo SURGROUND creció y más espacios y miembros se unieron consolidándose junto con el festival ECO FEST en donde de la mano de colectivos ambientalistas y animalistas, instituciones públicas como la dirección de juventud y la secretaria de ambiente, y con llegada de varios artistas nacionales e internacionales, se buscó generar un espacio de reflexión frente al cambio climático y el deterioro de las zonas verdes en la ciudad.

Desde entonces cada acción no solo buscaba el show en vivo, también una serie de espacios FORMATIVOS para COMPARTIR conocimientos con las agrupaciones y agentes de la música que nos visitaban y las agrupaciones que poco a poco visitaban otros espacios en Colombia y el mundo.

TENGO UNA IDEA



GO!

IDEAR es el momento inicial que es motivado por un sueño o un objetivo.

Ejemplo: tener un festival – tener una banda - – grabar un álbum – tocar en festivales.

LOCALIZAR es saber dónde se está y cuáles son las necesidades para lograrlo según el contexto, también reconocer cuál es el ideal para plantear objetivos y metas .

Ejemplo: soy un músico y debo tener un espacio adecuado para la creación musical (home studio) ,

PROYECTAR es visualizar cuáles son las cosas que se necesita.

Ejemplo: equipo de trabajo, sus roles y responsabilidades.

Las herramientas “Matriz” de diagnostico pueden ayudar a identificar en que estado estamos y hacia donde vamos.

Consultar:https://www.youtube.com/watch?v=IVOTClAb7k8n

Identificación del fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. DAFO.

Aula de Competencias Emocionales. Píldoras teóricas
Santiago Scheele
Módulo: Del coaching al autocoaching

Vídeo producido por el Servicio de Innovación Educativa junto con el Gabinete de Tele-Educación de la Universidad Politécnica de Madrid

Identificación del fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. DAFO

¿Qué necesito?

Es necesario saber en que etapa de nuestro ciclo del proyecto musical nos encontramos.

Emergente:

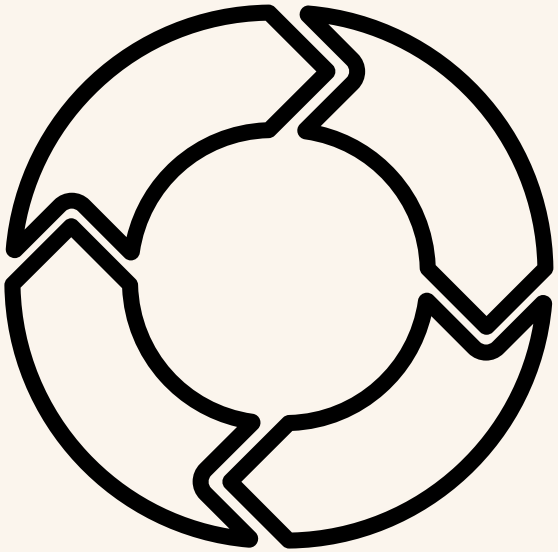
No han lanzado su música – principal audiencia conformada por amigos
- motivados por un vinculo emocional – primeras adquisiciones: instrumentos, equipos de sonido.

En desarrollo:

Lanzan su primer o segundo álbum - conciertos nacionales - fans por afinidad artística - consolidan equipo de trabajo - creación de redes de trabajo – shows en vivo como indicadores de trabajo

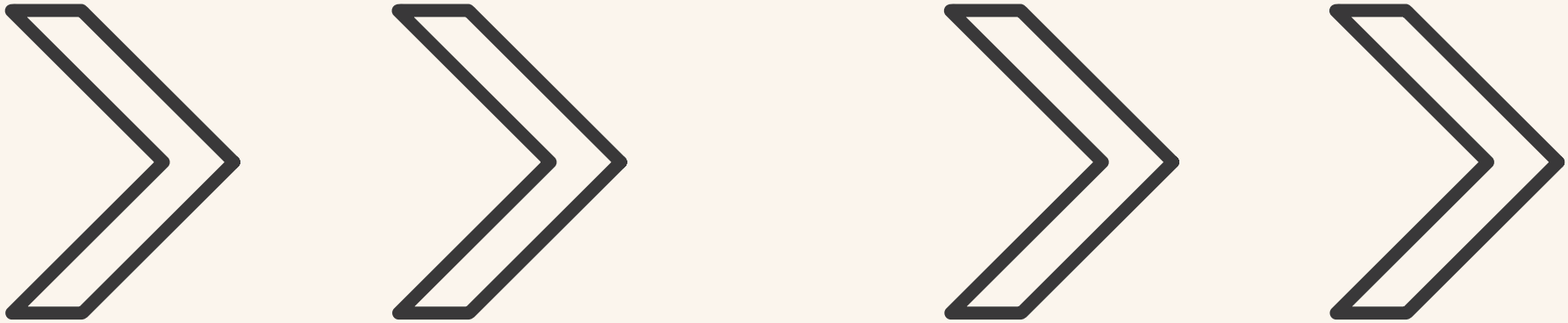
Nota: Para el siguiente manual revisaremos estas dos etapas en donde se encuentran las agrupaciones que hicieron parte del proceso de formación.

Emergente Desarrollo



Posicionado Profesional

CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA MUSICAL



CREACIÓN

Letristas

Compositor/as

Intérpretes

PRODUCCIÓN

Editor/a musical

Discografía

Estudio discográfico

Técnica y de sonido

Instrumentos musicales

PROMOCIÓN Y MARKETING

DISTRIBUCIÓN

Programador/a

Medios de comunicación

Conciertos

Espacios Independientes

Participación ciudadana

Plataformas digitales

CONSUMO

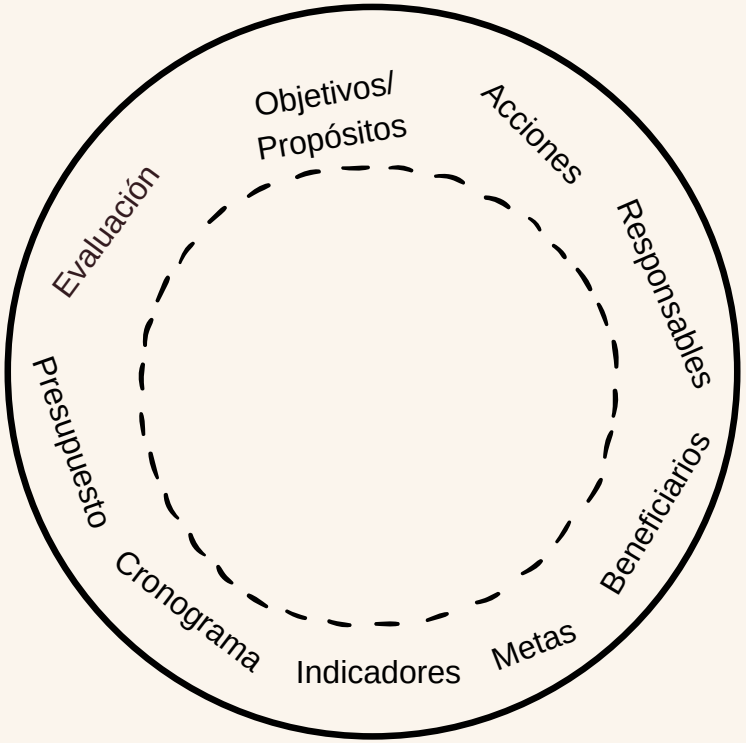
Consumidor/a final

PLANEO

INFORMACIÓN
Es la primera tarea, informarse sobre la variedad, tamaño, y condiciones de
disponibilidad de los recursos necesarios para desarrollar la idea.
Imortante tambièn es conocer el contexto local, regional, nacional, internacional, osea, conocer las lógicas de funcionamiento que rigen el comportamiento de los distintos
actores que intervienen en el sector

RECURSOS
La magnitud o volumen de estos deberá estar en proporción a los objetivos que se pretenden alcanzar.

COMUNICACIÓN
Las reuniones necesarias de los equipos de trabajo con el responsable favorecen la transmisión de información y fortalecen los vínculos



Cuando hablamos de economía, el dinero es el eje central, sin embargo, en las economías alternativas el centro nunca está ocupado por un único valor.

¡ NO TODO ES DINERO !

La Plataforma se apalanca en diferentes formas de organización:

- Redes de trabajo
- Cooperativismo
- Articulación
- Alianzas
- Voluntariado

FORMULACIÓN
Se claramente cuál será el objetivo y cuáles las estrategias
que se utilizaran para lograrlo, estableciendo ordenadamente las actividades y recursos necesarios.

IDENTIFICACIÓN
Se identifican el equipo de trabajo y los posibles aliados: co-productores, apoyo de organizaciones del sector público y privado local, departamental, nacional e internacional.

CREACIÓN - PRODUCCIÓN
Tener claro las responsabilidades y roles, según la experiencia y capacidades es indispensable, tambièn, no se debe olvidar que no solo es el proceso creativo el que se mueve, tambièn está lo administrativo, logístico - técnico y comunicativo - promoción y difusión.

EVALUACIÓN Y MONITOREO
Es importante aprender y compartir.

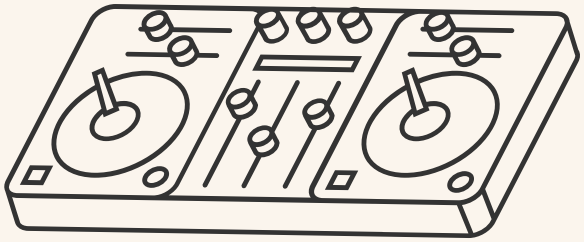
Creación - Producción

Momento previo a la grabación , en donde se definen aspectos de la producción como:

- ¿Qué tipo de material quiero obtener. sencillo, ep, disco?
- ¿Qué tipo de sonido deseo lograr?
- ¿Qué aspectos claves quiero explorar como arreglos musicales, concepto sonoro y diseño de maquetas?

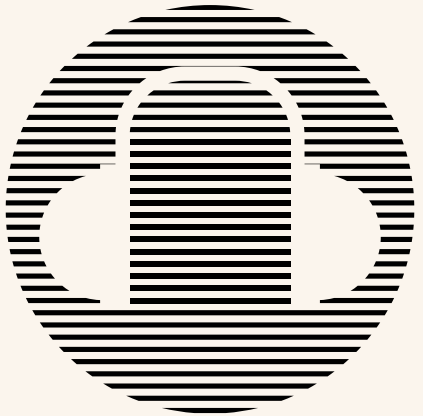
CREADOR

- Se forma en la interpretación musical.
- Investiga.
- Define un concepto (qué decir y cómo)
- Explora y condensa ideas musicales, líricas, artísticas.



PRODUCTOR

- Se forma en grabación, mezcla y masterización, también aporta una visión de la música actual y el desarrollo de las agrupaciones profesionales.
- Ayuda al creador a definir un concepto (qué decir y cómo).

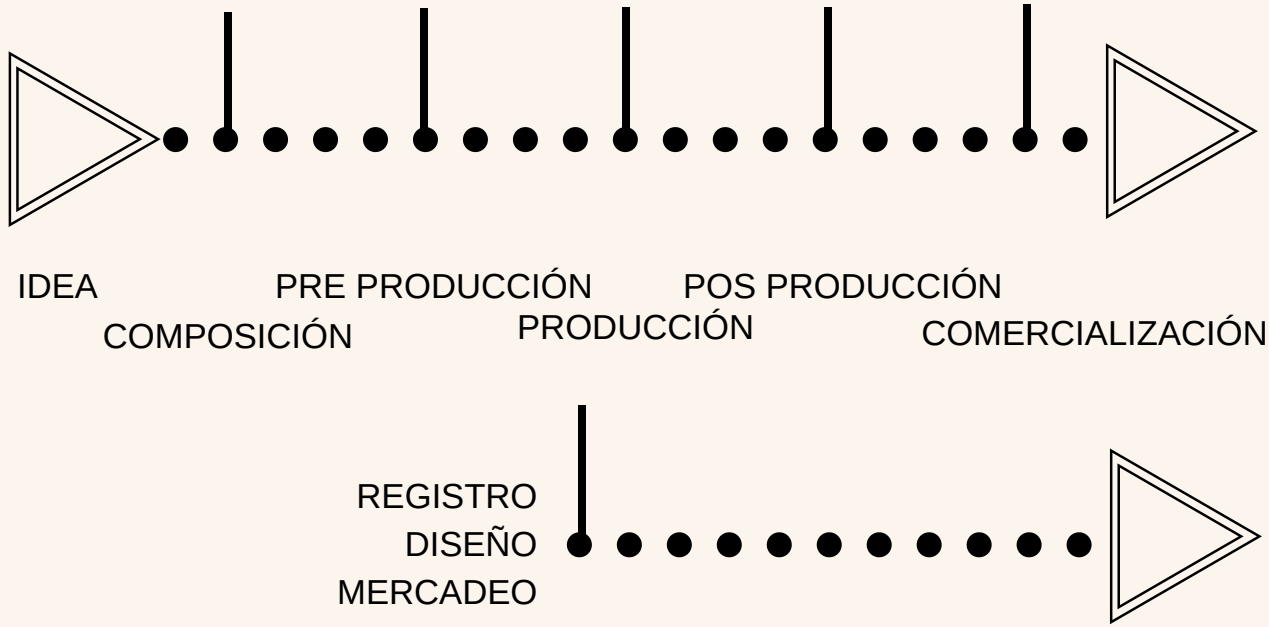


Pre producción

Concebida como el insumo principal de la música que da inicio a la cadena de valor: la composición musical debe ser concretada en un producto final para ser interpretada, grabada, y posteriormente reproducida

Producción

Momento de la grabación para su posterior mezcla y masterizacion, en donde se registran de manera profesional
las ideas de la pre-producción y la conceptualización del trabajo musical. Es
el momento de tomar decisiones en los
discos, en relación al estilo musical del disco y los colores de los diferentes
instrumentos.



¿CÓMO
QUIERO SONAR?

¿CÓMO
LO CONSIGO?

ESTÉTICA SONORA:
¿CÓMO SE VE EL DISCO?
¿CÓMO SE SIENTE?
¿CÓMO SE ESCUCHA?
¿QUÉ DECISIONES SONORAS SE TOMARON?

OTRAS ESTÉTICAS
¿QUÉ PALETA DE COLORES SE ELIGIÓ?
¿HAY IDEAS PARA LA PROMOCIÓN?

GESTIONO LOS RECURSOS

GESTIÓN
Serie de pasos metodológicos para llevar adelante objetivos .

La teoría de la administración ha definido algunas funciones básicas para llevar adelante un proceso administrativo que incluye la planificación, organización, dirección y control.

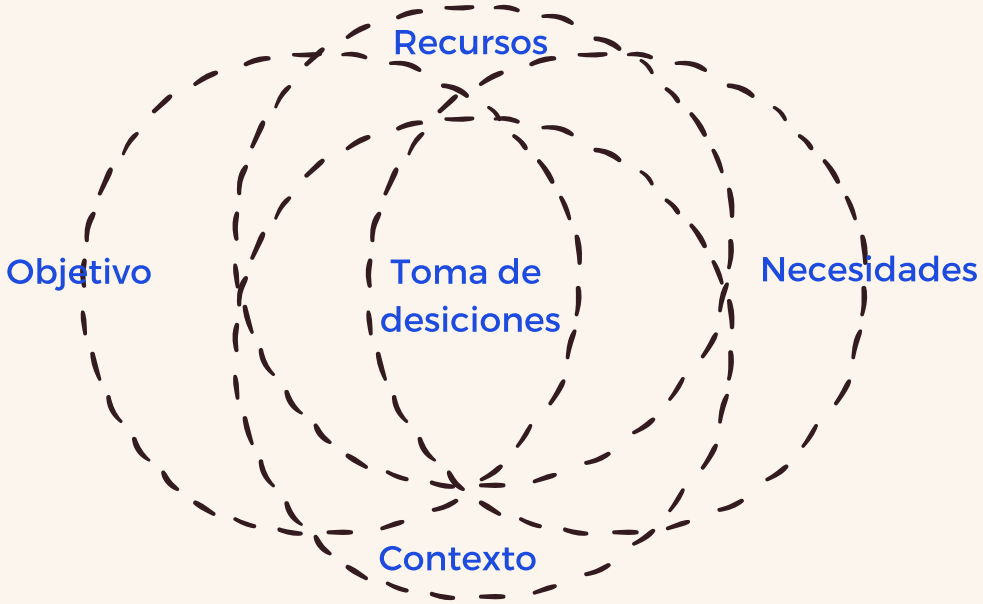
Implica reaccionar dinámicamente a los constantes cambios y movimientos, tomar las mejores decisiones para caminar y poner en marcha los desafíos.

RECURSOS
Distintos medios o ayuda que se utiliza para conseguir un fin o satisfacer una necesidad. Desde la Plataforma se entiende que no solo es dinero o bienes, sino también alianzas, cooperación, colaboración y las habilidades de los miembros del equipo.

GESTIÓN DE RECURSOS
Lograr obtener todo lo que se necesitao para lograr los objetivos.

Ejemplo: el objetivo es producir el primer EP, para ello desarrollo laboratorios de creación para lo cual NECESITO un espacio para ensayar.
Mi objetivo es producir un concierto, para ello NECESITO el equipo técnico (sonido, backline, luces, carpa) .

GESTOR/A CULTURAL
Las necesidades pueden ser analizadas por el equipo de trabajo, dentro de este se encuentra esta figura de quien conoce diferentes formas de financiamiento y formula estrategias para lograr suplir las necesidades. En el siguiente cuadro explicamos este ROL



Para tener en cuenta

CULTURA
Diferentes perspectivas se han expuesto el concepto de cultura.

Podemos decir que es conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA

Es la entidad rectora en materia cultural, pone en marcha la política cultura, liderar el sistema nacional de cultura.

Art 17- El estado, a través del ministerio de cultura y las entidades territoriales, fomentara las artes en todas sus expresiones y demás manifestaciones simbólicas expresivas, como elementos de diálogo, el intercambio y la participación y como expresión libre y primordial del pensamiento del ser humano que construye en la convivencia pacífica.

PARA SABER MAS:
http://www.mincultura.gov.co

ECONOMÍA NARANJA
Propuesta como una herramienta de desarrollo social, cultural y económico. Esta economía se diferencia de las otras por el hecho de fundamentarse en la creación, producción y distribución de bienes y servicios, cuyo contenido de carácter cultural y creativo se puede proteger por los derechos de propiedad intelectual.

Las actividades que conforman la Economía Naranja son aquellas que hacen parte de las artes y el patrimonio cultural material e inmaterial, las industrias culturales y las creaciones funcionales.

- Artes y patrimonio
* Artes visuales * Artes escénicas
* Turismo y patrimonio cultural
* Educación

- Industrias culturales
*Editorial * Fonográfica * Audiovisual

- Creaciones funcionales , nuevos medios y software de contenidos
* Medios digitales * Diseño
* Publicidad

DISTRIBUYO

Un proyecto serio debe definir bien las estrategias y acciones claves para que su música llegue al lugar donde quiere llegar.

Este será el punto de partida para trazar una ruta para la “venta” de su arte; es aquí donde, en el mundo de hoy, aparece el Marketing Musical.

Hay personas que dicen que tener un CD ya no sirve, entonces esta pasa a ser una pieza de merchandising o de financiamiento de la banda.

También hay gente que dice que si no tienes disco no sirve, como por ejemplo los programadores, etc.

Ninguna estrategia esta descartada.

Ejemplo: Los Cassettes han vuelto como estrategia.

Promoción y marketing

El marketing musical es una herramienta, una respuesta practica al ”cómo vendemos nuestra música” y los resultados de los que hablamos se traducen en “vender” nuestro arte a gente interesada en él.

¿Cómo vender tu música? La aproximación que parte de la música que queremos mostrar, es la que nos conduce a guiar efectivamente nuestro plan de marketing musical. Siendo concretos, al hacer nuestra música, ya estamos visualizando a quien le puede llegar.

Vender en el mundo digital no es solo intercambio con dinero o publicidad por seguidores

IDENTIFICACIÓN
Se identifican el equipo de trabajo y los posibles aliados: co-productores, apoyo de organizaciones del sector público y privado local, departamental, nacional e internacional.

CREACIÓN - PRODUCCIÓN
Tener claro las responsabilidades y roles, según la experiencia y capacidades es indispensable, tambièn, no se debe olvidar que no solo es el proceso creativo el que se mueve, tambièn está lo administrativo, logístico - técnico y comunicativo - promoción y difusión.

EVALUACIÓN Y MONITOREO
Es importante aprender y compartir.

AGREGADORAS PARA PLATAFORMAS STREAMING

El objetivos de estos agregadores musicales y plataformas es movilizar y monetizar la música:

- Freshtoons
- Distrokid
- Tunecore
- Cdbaby
- Amuse

ERRORES EN LAS REDES SOCIALES DE MÚSICOS

1. No tener una pagina o perfil como empresa.

2. Si lo hacemos por amor al arte pero el arte merece ser encontrado.

3. Poner contenido sin estrategias.
4. Solo limitarse al contenido con alcance orgánico.

5. !No ser tu! tu identidad y la de la banda son diferentes, qué se quiere mostrar y ser.

IDENTIDAD DE LOS PROYECTOS MUSICALES

Hay dos mundos diferentes, una digital y otra real.

Identidad articulada.

Identidad es justamente esas características que hacen a tu proyecto.

La imagen articulada a lo sonoro será parte fundamental de ello, en un mundo dominado por el vídeo y la sobre oferta de imágenes reflejando la vida cotidiana.

FESTIVAL

BACKGROUND

2019

NICOLÁS Y LOS FUMADORES
LOLABÚM · BLEES · CUERVO ROJO
MARS ALTIVA · THE CREW · K-LIBRE 35
SON PALO VERDE · LA TULPA RAYMI
ORGASM OF GOD · JOHANN YEPEZ
INSURRECCIÓN · TOXIC MIND
BLUE LINE

1 Y 2 DE JUNIO
PARQUE BOLÍVAR

JORNADA CULTURAL 9 AM

CONCIERTO 3 PM
ENTRADA LIBRE

1 DE JUNIO - 9 PM / FARRA MACONDO BAR

FESTIVAL

BACKGROUND

2019

JORNADA CULTURAL

SÁBADO

MARATÓN DE DIBUJO Y TRUEQUE DE CALCAS - COLECTIVO LA CARRETA

DONACIÓN DE ARBOLES PARA SIEMBRA

-BLOODY FREESTYLE Y HIP HOP / 10 AM

-FORO ARTE INDEPENDIENTE Y LA NARANJA - VLADIMIR BOTINA /11 AM

DOMINGO

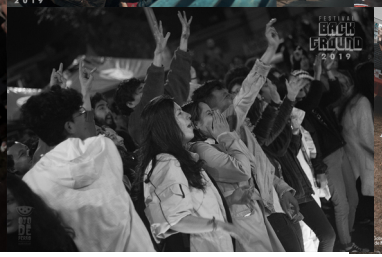
MUESTRA CULTURAL ARCO IRIS EN EL ASFALTO

-CLASE ABIERTA DANZA URBANA - TANZ CRAFT / 9 AM

-CONSTRUCCION DE MUÑECOS - CUCUFATE / 9 AM

-CLASE ABIERTA DE TEATRO- LABORATORIO TEATRAL DE NARIÑO /10 AM

-SOLVENCIA CERO / 11 AM



EQUIPO TÉCNICO

Festival Background
Alex de la Cruz
Director Artístico

William Basante
Productor

Valentina Zarama
Stage Manager
Andrés Eraso
Diseño de Marca

Fundación Antropomorfa
Eliana Guerrero
Directora

Nataly Cáceres
Producción

Ojo de Perro Producciones
Registro Audiovisual

EQUIPO DE TALLERISTAS COMO PRODUCIR TU ALBUM EXPERIENCIAS Y ACCIONES DESDE EXPERIENCIAS LOCALES

Alex de La cruz
Introducción a la Gestión Musical

Mauricio Landzury
Preproducción

Felípe Rosas
Producción musical desde la experiencia local

Andrés Ordoñez
Roles y Marcas

Daniel Narváez Paredes
Creación de marca – Branding
Amansalva, comunicación y Marketing

AGRADECIMIENTOS

Plataforma Background
Pasto - Tuquerres - Ipiales - La Cruz - Buesaco

Gloria Garzón
Dirección Administrativa de Cultura
Gobernación de Nariño

José Aguirre
Secretaría de cultura de Pasto
Alcaldía de Pasto

Voluntarios/as

SISTEMATIZADORES DEL MANUAL

Eliana Guerrero
Alex de la Cruz
Nataly Cáceres

FESTIVAL BACKGROUND

1 ER MANUAL DE PRODUCCIÓN